



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS EXATAS E DA NATUREZA
DEPARTAMENTO DE GEOCIÊNCIAS
GRADUAÇÃO EM GEOGRAFIA BACHARELADO

NIELISSON DE ANDRADE LINS DE VASCONCELOS

**O DESENVOLVIMENTO SÓCIO-ESPACIAL DO BAIRRO DE
MANGABEIRA COM A IMPLANTAÇÃO DE UM SHOPPING
CENTER: O MANGABEIRA SHOPPING**

JOÃO PESSOA – PB

2015.

NIELISSON DE ANDRADE LINS DE VASCONCELOS

**O DESENVOLVIMENTO SÓCIO-ESPACIAL DO BAIRRO DE
MANGABEIRA COM A IMPLANTAÇÃO DE UM SHOPPING
CENTER: O MANGABEIRA SHOPPING**

Monografia apresentada ao Curso de
Graduação de Bacharel em Geografia do
Departamento de Geociências da Universidade
Federal da Paraíba, para obtenção do Título de
Bacharel em Geografia.

Orientadora: Prof. MSc. Ana Glória Cornélio Madruga

JOÃO PESSOA – PB

2015.

Catálogo na publicação
Universidade Federal da Paraíba
Biblioteca Setorial do CCEN
Rosilene Fernandes Machado – CRB15/220

V331d Vasconcelos, Nielisson de Andrade Lins de.
O desenvolvimento sócio-espacial do bairro de Mangabeira
com implantação de shopping center : o Mangabeira shopping /
Nielisson de Andrade Lins de Vasconcelos. – João Pessoa,
2015.
55p. : il.

Monografia (Bacharelado em Geografia) – Universidade
Federal da Paraíba.

Orientadora: Profª MSc. Ana Glória Cornélio Madruga.

1. Geografia urbana. 2. Desenvolvimento urbano –
Mangabeira, Jp. 3. Planejamento urbano. I. Título.

UFPB/BS-CCEN

CDU: 711.4(043.2)

NIELISSON DE ANDRADE LINS DE VASCONCELOS

**O DESENVOLVIMENTO SÓCIO-ESPACIAL DO BAIRRO DE
MANGABEIRA COM A IMPLANTAÇÃO DE UM SHOPPING
CENTER: O MANGABEIRA SHOPPING**

Monografia aprovada pelo Curso de
Graduação de Bacharel em Geografia do
Departamento de Geociências da Universidade
Federal da Paraíba, para obtenção do Título de
Bacharel em Geografia, pela seguinte banca
examinadora:

Prof. MSc. Ana Glória Cornélio Madruga
(Orientadora)

Prof. Dr. Sinval de Almeida Passos
(Professor interno)

Prof. Dr. Noemi Paes Freire
(Professora externa)

JOÃO PESSOA – PB, ____/____/ 2015

Dedico este trabalho a princípio a Deus que é a principal razão do sucesso, aos meus pais pela dedicação em todos estes anos, à minha esposa, companheira e amiga em todos os momentos da minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por ser o maior motivador das minhas escolhas e decisões e sempre, todos os dias, me fortalecendo e enxugando minhas lágrimas nos momentos mais difíceis como meu porto seguro infalível.

Aos meus pais, pelos anos em que se dedicaram, orientando-me a seguir sempre nos caminhos corretos, nunca deixando de serem exemplos de pessoas batalhadoras na minha criação, espelhos de integridade.

A minha gratidão imensa a minha esposa que sempre foi amorosa, compreensiva, e companheira nos momentos em que precisei me ausentar para elaboração da pesquisa e por estar ao meu lado nas horas que desanimei dando uma palavra positiva quando precisei.

Meus agradecimentos a Professora Ana Cornélio Madruga pela sua genuína receptividade, acolhimento e força, por estar em todas as horas a disposição em sanar dúvidas e contribuir com seu intelecto na elaboração do trabalho.

Ao chefe da empresa em que trabalho: Darlan Cordeiro, por flexibilizar meus horários possibilitando o tempo necessário para a conclusão da pesquisa.

A todos minha enorme estima e sinceros agradecimentos.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 01: Número de Shoppings Centers no Brasil 2005 – 2014	21
FIGURA 02: Distribuição dos Shoppings Centers em operação no Brasil	21
FIGURA 03: Faturamento em bilhões de reais/ano pelos Shoppings Centers de 2006 à 2014	22
FIGURA 04: Área Bruta Locável (ABL) de construções de Shoppings	23
FIGURA 05: Mesorregiões do Estado da Paraíba	25
FIGURA 06: Microrregiões do Estado da Paraíba	26
FIGURA 07: Geomorfologia do Estado da Paraíba	28
FIGURA 08: Mapa Político-Administrativo, destacando o bairro de Mangabeira	31
FIGURA 09: Departamento Estadual de Trânsito (DETRAN)	32
FIGURA 10: Mercado Público de Mangabeira	32
FIGURA 11: Centro de Ortopedia e Traumatologia	33
FIGURA 12: Agência Bancária	34
FIGURA 13: Casa da Cidadania de Mangabeira	35

FIGURA 14: Restaurante Popular de Mangabeira.....	35
FIGURA 15: Faixada do Mangabeira Shopping	38
FIGURA 16: Mangabeira Shopping	38
FIGURA 17: Lojas e butiques	39
FIGURA 18: Saída principal do Mangabeira Shopping	39
FIGURA 19: Área de lazer e entretenimento	39
FIGURA 20: Praça de alimentação	39
FIGURA 21: Outdoors 1	41
FIGURA 22: Outdoors 2	41
FIGURA 23: Recorte, jornal da Paraíba	44
FIGURA 24: Trevo das Mangabeiras	45
FIGURA 25: Faixa etárias dos entrevistados	46
FIGURA 26: Público frequentador do Mangabeira Shopping	47
FIGURA 27: Visão do público sobre o Mangabeira Shopping	48

RESUMO

A presente monografia busca analisar os elementos que contribuem para o desenvolvimento sócio espacial de um bairro com a instalação de um Shopping. O estudo toma como referência o Mangabeira Shopping. Mangabeira é atualmente um dos bairros de João Pessoa que mais cresceram em comparação a outros bairros da cidade localizado na zona sul. O nosso objetivo nesse estudo está focalizado nas consequências da especulação imobiliária que no ano de 2012 protagonizou um dos empreendimentos mais significativos do ponto de vista da acumulação do capital, o Shopping Center. Para a realização da pesquisa foram realizados levantamentos de dados bibliográficos sobre os impactos dos Shoppings Centers em espaços urbanos no Brasil, dados quantitativos e qualitativos em escala regional, mas com um olhar e recorte voltado à zona sul de João Pessoa onde se localiza o bairro de Mangabeira. Buscamos analisar a influência que um Shopping Center possui no espaço urbano, e nas áreas circunvizinhas.

Palavras – Chave: Geografia Urbana. Território. Shopping Center

ABSTRACT

This thesis aims to analyze the elements that contribute to the socio-spatial development of a neighborhood with the installation of a Shopping. The study takes as reference the Mangabeira Shopping. Mangabeira is currently one of the João Pessoa neighborhoods that grew the most compared to other districts of the city located on the southern coast. Our goal in this study is focused on the consequences of land speculation, which in 2012 starred in one of the most significant developments from the standpoint of capital accumulation, the Shopping Center. For the research were carried out bibliographic data of surveys on the impact of shopping centers in urban areas in Brazil, quantitative and qualitative data on a regional scale, but with a look and cut facing the south of João Pessoa area where is located the neighborhood Mangabeira. We analyze the influence of a shopping center owned in urban areas, and surrounding areas.

Keywords: Urban Geography. Territory. Shopping Center

SUMÁRIO

Introdução	11
Capítulo I – O Espaço Urbano de João Pessoa: O Comércio e Processo de extensão da malha urbana para Zona Sul da cidade	15
1.1. O Comércio: Fator de Criações e de Transformações dos Espaços Urbanos	16
1.2. Transformações na cidade: Descentralização Comercial	18
1.3. Centros Comerciais: <i>Shoppings Centers</i> no Brasil.....	19
Capítulo II – Localização do Bairro de Mangabeira em João Pessoa – PB	24
2.1.Características Físicas da Paraíba e de João Pessoa com enfoque no Litoral Sul – PB.....	24
2.2. O Bairro de Mangabeira	29
Capítulo III – Os Shoppings Centers: Fenômenos de influência na Reestrutura Urbana, o caso da inserção do Mangabeira Shopping no bairro de Mangabeira.....	36
3.1. O Mangabeira Shopping	38
3.2. Discussões acerca da Construção do Mangabeira Shopping	40
3.3. O Mangabeira Shopping: Fator para o Desenvolvimento Sócio Espacial	42
3.4. Shoppings na cidade, fenômeno de valorização e figuração de novos espaços e do comércio em seu entorno: O caso do Manaíra Shopping e perspectivas para o Mangabeira Shopping...	43
3.5. Resultados e questões norteadoras	46
Considerações Finais	49
Referências Bibliográficas	50
Apêndice.....	53
Apêndice1: Formulário de Coleta	54

INTRODUÇÃO

A nossa pesquisa é uma abordagem sobre grandes obras em Espaço Urbano que ao longo das décadas ocuparam as cidades brasileiras, cresceram rapidamente e impulsionaram mudanças sócio- espaciais caracterizando a construção de espaços urbanos e novos ambientes, gerando a necessidade de novas ocupações urbanas e impulsionando o processo de desenvolvimento econômico.

O avanço empresarial na atividade econômica dos Shopping Centers no Brasil é uma realidade imposta pelo desenvolvimento do capitalismo. Hoje não se entende uma cidade de médio e grande porte sem que na mesma não tenha um Shopping. Esse setor em nosso espaço urbano encaixa-se como espaço essencial pelas razões que tem em oferecer segurança, conforto ambiente, oportunidades de criação de acesso às novas informações como tendências do mundo fashion e novas tecnologias como também apresentam um público diversificado, além de ser um espaço previsível e mapeado dentro das cidades cada vez mais inchadas e caóticas.

Os Shoppings Centers contribuem de forma direta e indireta para absorção de mão-de-obra, gerando um desenvolvimento individual e coletivo na sociedade uma vez que sua implantação nas localidades traz novas oportunidades na geração de emprego e renda, ao mesmo tempo que para os empresários há uma abertura para a realização das condições estruturais para a abertura de novos negócios, como a multiplicação do comércio e outros serviços.

O interesse da pesquisa sobre o *Shopping* e sua influência no espaço e na sociedade está motivado pelo fato de que:

[...] ciência vive do desafio imorredouro de descobrir realidade que, sempre de novo, ao mesmo tempo se descobre e se esconde. Possivelmente esta marca é comum também à realidade natural, mas é, sobretudo característica da realidade social (DEMO, 1991 p. 19)

Nossa investigação é uma abordagem sobre a importância de Espaços de consumo, já que os Shoppings são verdadeiras reproduções de espaços artificiais com áreas de circulação e vitrines que representam uma dominação comercial que em tese impulsiona a economia levando ao desenvolvimento social e um crescimento espacial, acarretando transformações,

impondo um perfil ao público consumidor, provocando uma reorganização do comércio e do espaço urbano, facilitando o surgimento de novas tendências e gerando um aumento do número de empregos.

O objetivo da monografia é descrever os fatores determinantes para a implantação de um Shopping Center, considerando sua influência como um empreendimento que possa trazer desenvolvimento socioeconômico: geração de empregos, facilidades no acesso ao consumo de mercadorias e bens de serviço; além disso verificar se o Shopping Mangabeira já representa uma mudança sócio espacial com sua instalação influenciando o seu entorno a sociedade de uma forma positiva ou negativa, considerando que o setor varejista as margens de sua área já existe há vários anos, e determina mudanças em relação a especulação imobiliária.

O tema Shopping Center é estudado por geógrafos, economistas, arquitetos, urbanistas e paisagistas e essas abordagens contribuíram para a construção do referencial teórico desse trabalho.

A implantação dos Shoppings é um fenômeno em movimento no espaço urbano atual, que envolve a Especulação Imobiliária, a Engenharia e Arquitetura. E esses estão inseridos no espaço geográfico; e provocam tanto transformações na ocupação (centros urbanos, rurais, periferias, bairros e etc.) como na sociedade (nas relações do consumo e de apropriação social do espaço).

O espaço é um tema muito estudado na ciência geográfica já que podemos entender que o espaço geográfico é o laboratório de análise do geógrafo assim como um laboratório de manipulação química é para um farmacêutico. O estudo do espaço urbano além do mais está em total evidência já que notamos importantes contradições na ocupação do mesmo tanto em regiões urbanas como rurais.

Ao acompanharmos as diversas escolas do pensamento geográfico, podemos observar a evolução do conceito de “Espaço geográfico”; segundo os diferentes métodos filosófico que embasaram esse referencial.

Define-se como Espaço geográfico:

“[...] Em uma primeira aproximação, pode-se dizer que ele corresponde à superfície terrestre[...]” “[...] Assim como o espaço social, que corresponde também em uma primeira aproximação, e que igualmente precisará ser complementada, à superfície terrestre apropriada,

transformada e produzida pela sociedade” (SOUZA, 2013, p. 21,22).

Utilizando o conceito de Territorialização (SOUZA 2013), percebemos a importância do estudo sobre Shopping Centers que se materializam como um território do consumo e de geração de oportunidades de emprego e renda, ocasionando um cenário de desenvolvimento econômico.

Um outro conceito diz que a eclosão e multiplicação desses ambientes construídos destinados a comercialização e consumo transcorreu na ideia de concentração espacial do capital (BIENENSTEIN, 2001).

Na busca da compreensão sobre os impactos socioeconômicos com a implantação do Mangabeira Shopping alguns procedimentos metodológicos foram utilizados para o desenvolvimento da pesquisa tais como:

- Levantamentos bibliográficos, leituras com fichamentos registrando os principais conceitos e concepções de autores que já se debruçaram sobre o tema, que tornaram possível a formação de bases para a condução do tema;
- Trabalho de campo para compreender o contexto da instalação do Shopping e a interação da população com esse empreendimento;
- Levantamento de dados quantitativos e qualitativos encontrados na página eletrônica da ABRASCE (Associação Brasileira de Shopping Center) que foram codificados em forma primeiramente de tabelas, e em seguida por gráficos com o uso do auxílio do programa de computador WORD para a criação de planilhas que contribuíssem para as necessárias leituras dos importantes números no setor de Shopping Centers bem como a elaboração de questionários em campo.
- Instrumentos de mídias digitais (fotos, mapa de localização do objeto de estudo).

O nosso trabalho encontra-se disposto na forma de capítulos: o capítulo I (O espaço urbano de João Pessoa: O comércio e o processo de extensão da malha urbana para a zona sul da cidade) faz uma abordagem sobre o espaço urbano de João Pessoa, breve descrição do processo de extensão da malha urbana para a zona sul da cidade, o capítulo II (Localização do bairro de Mangabeira em João Pessoa – PB) , desenvolve a localização do bairro de Mangabeira onde insere-se o Shopping, e o capítulo III (Os Shoppings Centers: Fenômenos de influência

na vida urbana, o caso da inserção do Mangabeira Shopping no bairro de Mangabeira – PB) trata os Shopping Centers: como fenômenos de influência na reestrutura urbana como instrumentos da concentração do capital.

CAP I - O ESPAÇO URBANO DE JOÃO PESSOA: O COMÉRCIO E O PROCESSO DE EXTENSÃO DA MALHA URBANA PARA A ZONA SUL DA CIDADE

A cidade de João Pessoa, capital do Estado da Paraíba, ao longo do tempo veio passando por inúmeras modificações e, sofrendo alguns problemas, dentre eles: a falta de planejamento urbanístico e o uso desordenado do solo.

Sua fundação foi no final do século XVI, como um local estratégico mercantil da comercialização da principal matéria prima na época da colonização portuguesa no Brasil, que era a cana de açúcar, e seu processo de urbanização se desenvolveu através da produção do açúcar.

A cidade teve vários nomes ao longo da história como: Nossa Senhora das Neves, Filipéia de Nossa Senhora das Neves, Frederica e Parahyba. Peculiarmente diferente das outras capitanias litorâneas do Brasil Colônia a cidade foi edificada longe do mar nas margens direita do rio Sanhauá no estuário do rio Paraíba que foi onde os portugueses fizeram o processo de conquista do território.

A origem do processo de urbanização da cidade foi remontada principalmente para a produção agrícola da cana e o desenvolvimento do território foi como diz o autor:

“[...] O processo de ocupação do território se deu primeiramente em função da produção do açúcar, que beneficiou especialmente as cidades que se encontravam próximas aos campos de cultivo da cana de açúcar, e que tinha um porto para escoar a produção. Destacam-se durante os séculos XVI e XVII a cidade de Parahyba (João Pessoa), com o porto do capim e Mamanguape, que até o final do século XIX era um importante centro comercial e cultural em função do seu porto” (SILVA, 2004 Pág. 1).

João Pessoa expandiu sua malha urbana, através do processo de urbanização do seu núcleo primaz (Porto do Capim, Varadouro) e posteriormente, do seu centro principal, chamado também de centro comercial;

A evolução do espaço pessoense teve início no Varadouro e Cidade Alta, daí como o saneamento do parque Sólón de Lucena teve início a criação de novos bairros havendo transformações em seu tecido urbano.

Um dos principais destaques que transformaram a cidade foi a abertura das vias rumo à orla marítima com a construção da mais importante Avenida da Capital: a Avenida Epitácio Pessoa, feita no início do século XX para expandir o povoamento e a habitação para novos pontos da cidade que foi se definindo a partir da localização e definição dos bairros a estratificação social, a expansão também foi se consolidando na orientação sul com bairros como Jaguaribe e Cruz das Armas.

No final dos anos de 1970 e no início dos anos de 1980, programas de habitações coletivas ocorreram em áreas periféricas da cidade. Esses programas surgiram devido à existência de um grande crescimento populacional urbano.

Assim, a cidade evidenciou no começo dos anos de 1980 a sua expansão urbana. Com a necessidade de expandir seu tecido urbano a cidade, foi crescendo para a zona sul e, através de programas de habitação do governo federal, que impulsionou-se o surgimento de novos bairros como Castelo Branco, Bancários e posteriormente Mangabeira I para atender a demanda no setor imobiliário para a classe média e acompanhando esses processos o comércio se desmembrou para essas novas áreas da cidade, sendo seu elemento contribuinte como elemento de criações e de transformações dos Espaços Urbanos de João Pessoa.

1.1. O Comércio: Fator de Criações e de Transformações dos Espaços Urbanos

Desde a antiguidade a humanidade se utilizava de práticas comerciais que foram uma das responsáveis em impulsionar economias de diversas civilizações, e foram uma constante no mundo inteiro.

O comércio além de ter seu papel econômico, de permitir o acúmulo de capital às custas da exploração do trabalhador só pôde ser desenvolvido graças aos grandes avanços tecnológicos, dos transportes, e comunicações, substituindo a força da mão de obra já explorada pela mecanização que determinou a produção da matéria prima em menos tempo e em longa escala, fenômeno que originou mais à frente a revolução industrial.

Os Árabes na Península Ibérica utilizaram os espaços do campo introduzindo moinhos de vento que eram usados para a manutenção de canais e diques indispensáveis para drenagem de regiões pantanosas que eram convertidas para o plantio, melhorando o ganho de tempo aumento 10 vezes mais a produção (MAZOYER & ROUDART, 2010).

A população mundial começou a se alimentar melhor com os grandes avanços do cultivo agrícola aumentando em consequência a população e o excedente da produção incentivando o aumento das vendas, e originando o aquecimento do setor comercial.

Todavia podemos entender que o grande marco inicial do crescimento do comércio foi na idade média, apesar desta produção já subsistir em outros tempos. Mas após esse período o comércio oficialmente passou a exercer um papel fundamental na expansão demográfica e crescimentos das primeiras grandes cidades.

No período do feudalismo a venda de produtos da terra pelos camponeses fizeram com que alguns guardassem o dinheiro suficiente para comprar suas liberdades dos senhores feudais. Como homens livres mudaram-se para as cidades, vários tipos de sociedades comerciais originaram-se então, havendo a possibilidade de expansão da venda de mercadorias para outras áreas longínquas. Cresceu o número de ambulantes: mercadores, mascates, mercadores de feiras e etc., O comércio reanimou novas e antigas cidades. O que antes eram zonas apenas agrícolas e artesanais tornaram-se centros comerciais.

Os camponeses que trabalhavam na terra também produziam artigos para o dia-dia como ferramentas, sapatos, armas, e roupas porque quando havia o enfraquecimento do comércio em tempos anteriores os feudos se auto sustentavam, mas com o aquecimento do comércio os camponeses também usavam esses ofícios que produziam para a cidade, e se dedicavam as atividades de manufatura em oficinas já existentes.

O fluxo de pessoas em busca de mercadorias em feiras se tornou cada vez mais intensos, originando novas cidades nesses centros comerciais, originando na cultura medieval uma maior importância das cidades nas relações de crescimento e poder.

As cidades medievais eram cercadas por muralhas que constituíam um núcleo urbano denominado **burgo**, daí vem a expressão burguesia proprietários dos burgos que eram chamados de burgueses que mantinham atividades artesanais e comerciais.

Ser burguês, na época, era sinônimo de ser livre nas relações comerciais, mas dependente do sistema monárquico, e com o passar dos tempos, como sabemos, ser burguês é ser, detentor dos meios de produção, comerciante, banqueiro, grupo social do capital.

1.2. Transformações na cidade: Descentralização Comercial

João Pessoa foi alvo de um crescimento espacial incluindo a sua estrutura urbana ao longo de 30 anos, de 1970 até 2000, já que seu ponto central de desenvolvimento urbano e paisagístico não sofria tanta transformação por concentrar seu tecido urbano nas regiões centrais comerciais da cidade (Varadouro, Parque Sólon de Lucena), e em Bairros mais antigos.

Teve início um processo de revalorização imobiliário em espaços construídos que em alguns casos alavancou a verticalização dos imóveis a edificação dos edifícios residenciais e centros comerciais, e ocupação de áreas livres.

O bairro de Mangabeira é um subcentro em termos comerciais na cidade de João Pessoa e atua como um polo de atração na região, com uma grande variedade de comércio e uma ampla gama de serviços oferecidos à população. O comércio sempre esteve associado ao incremento da sociedade urbana, com uma grande influência sobre a paisagem urbana e o traçado das vias de circulação.

Porém, ao passo que as cidades se urbanizam e se modernizam, é necessário que as atividades comerciais também acompanhem esse ritmo, criando novas formas de sobreviver a um mercado que cresce a cada dia, e que vai aumentando significativamente a sua concorrência.

SANTOS, 2013 destaca que estas áreas centrais possuem uma importância na composição espacial urbana, concentrando as principais atividades comerciais e de serviços na região, através de gestões públicas e privadas, na tentativa de manter o desenvolvimento do capitalismo.

Conforme (SALES, 2009) essas localidades desenvolvem uma comunidade organizada, pois a nova centralidade será um ponto do território que minimiza os somatórios dos

deslocamentos para os espaços vizinhos limítrofes. Assim, estes pontos acabam ganhando um nível de integração diferente dos demais pontos do bairro e outras cidades.

A partir de um processo de expansão urbana direcionada por tendências econômicas, políticas e sociais; os centros comerciais mais antigos acabam ganhando diversas funções reunidas, com o objetivo de produzir bens e serviços para satisfazer as necessidades socioeconômicas.

Estes espaços aglomerados com diversas práticas sociais acabam tornando-se a materialização de um processo de concentração fundamental para ampliar as relações capitalistas. Nesse sentido, esta concentração gera vantagens para a realização de atividades econômicas, políticas, culturais e de concretização da vida diária.

De um modo geral, a concentração estimula a centralização. Os centros conseguem atrair para si, os frutos da necessidade da vida urbana, promovendo relações de produção, circulação, troca e reprodução necessária e vantajosa para a acumulação capitalista, logo, estes lugares são ótimos para a condição social do consumo.

1.3. Centros Comerciais: Shoppings Centers no Brasil

O Shopping Center assumiu-se como uma das principais associações do setor varejista, iniciou sua trajetória nos anos de 1950 no período pós-guerra. O primeiro Shopping Center surgiu nos Estados Unidos em 1956 (HASTREITER & PRADO & MARCHETTI, 1999) e se instalou no Brasil quase no final da década de 1960.

No Brasil o surgimento do primeiro Shopping Center foi na Cidade de São Paulo em 1966, o “Shopping Center Iguatemi” (MARASHIN, 2010) que inaugurou uma nova era no setor de vendas no país.

Apoderando-se do conceito de (BIENENSTEIN, 2001) a eclosão e multiplicação desses ambientes construídos destinados à comercialização e consumo transcorreram no ideal de concentração espacial do capital. Em sua essência a criação de S.C¹ acrescenta uma visão renovadora de concentrar pessoas e atividades no mesmo espaço-tempo.

¹ Utilizaremos como abreviação para *Shopping Center*.

Aqui no Brasil inicialmente esse espaço de comércio organizado numa única área revolucionou uma forma de territorializar o consumo. A proposição dos Shopping Centers de oferecerem conforto, segurança, bens, serviços e produtos unidos a um conceito de modernidade se estabeleceu como um lugar de um lazer consumista. Dessa maneira o Brasil acompanhou o modelo burguês americano da valorização do consumo frequentando servindo-se das facilidades de acumulação de compras de mercadoria.

Com o crescimento da malha urbana nas metrópoles, as dificuldades de deslocamento da sociedade pela situação caótica de mobilidade urbana, da insegurança em que vivemos e do ritmo cada vez maior de falta de tempo na vida dos cidadãos, os S.Cs surgiram para concentrar num mesmo espaço da cidade atendimento sem precisar ir para outros pontos da área urbana.

O Shopping Center materializa uma das últimas formas postas pela sociedade do capital agregando comércio e o consumo ao lazer e recreação, constituindo-se num importante referencial arquitetônico no espaço urbano. (BIENESTIEN, 2001)

Os Shopping Centers com sua implantação nos bairros e nas áreas circunvizinhas despertam novos investimento como consumidores e recria novos ambientes para os moradores próximos ao lugar.

Os terrenos nas proximidades desses empreendimentos tornam-se mais valorizados iniciando um processo de supervalorização do m² para o setor da construção civil e para a especulação imobiliária.

Ocorrem também transformações na infraestrutura e na ocupação do solo nos lugares em torno dos Shopping Centers, nas residências, pequenos Comércio e terrenos sem ocupação que passam a ser funcionalizados. Além disso na reorganização do trânsito por intervenções para melhoramento de vias de acesso ao empreendimento.

Só em nosso país o número de shopping Centers cresceu de forma acelerada segundo a ABRASCE (Associação Brasileira de Shopping Centers). **Figura 01.**

Ano	Nº de shopping centers
2005	338
2006	351
2007	363
2008	376
2009	392
2010	408
2011	430
2012	457
2013	495
2014	520

Figura 01: Número de Shopping Centers no Brasil 2005 – 2014.

Fonte: Elaborado por Nielisson Lins com base na ABRASCE², 2015.

É evidente que a distribuição espacial dos Shoppings Centers no Brasil evidencia sua maior representatividade no Sul e Sudeste. Mas há crescimento significativo desses grandes centros no Norte e Nordeste que e ambas regiões somam 19% de concentração varejista no país.

Figura 02.

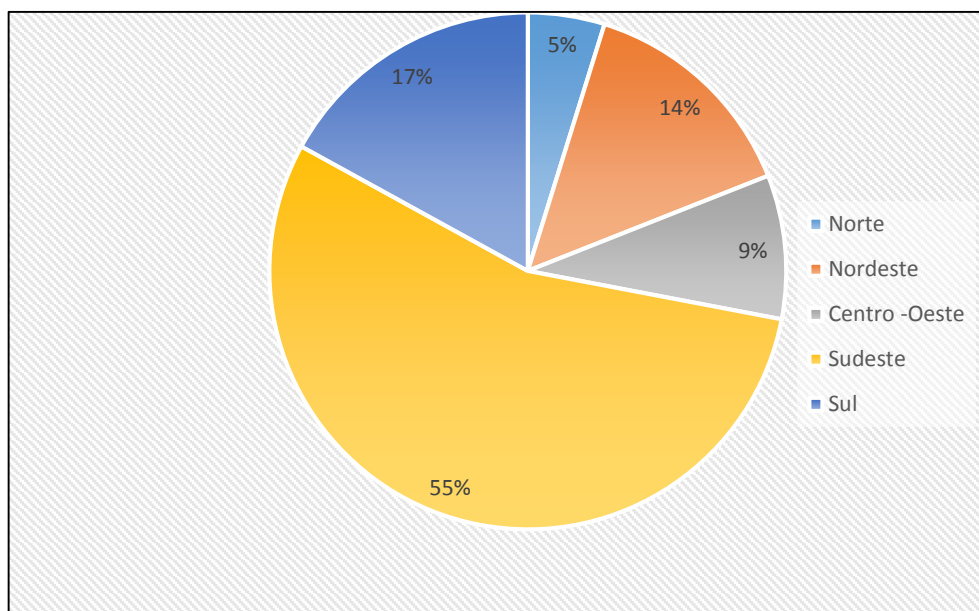


Figura 02: Distribuição dos Shoppings Centers em operação no Brasil.

Fonte: Elaborado por Nielisson Lins com base na ABRASCE², 2015.

² Disponível em: <<http://www.portaldoshopping.com.br/site/monitoramento/evolucao-do-setor>> Acesso em 12/04/ 2015, às 14:22.

Nota-se que através dos dados quantitativos podemos analisar que houve um aumento crescente de Shopping centers em operação no Brasil, destacando a evolução no setor nos últimos 9 anos. A ABRASCE prevê em 2015 um crescimento entre 8% a 8,5% no setor de *Shoppings*, e a divisão de comércio e serviços correspondem positivamente para o PIB nacional.

O comércio responde por 12, 7% do PIB brasileiro e o comércio varejista é responsável por 42% comércio geral. Só no Brasil os *Shopping Centers* correspondem a 978.963 de empregos gerados. **Figura 03.**

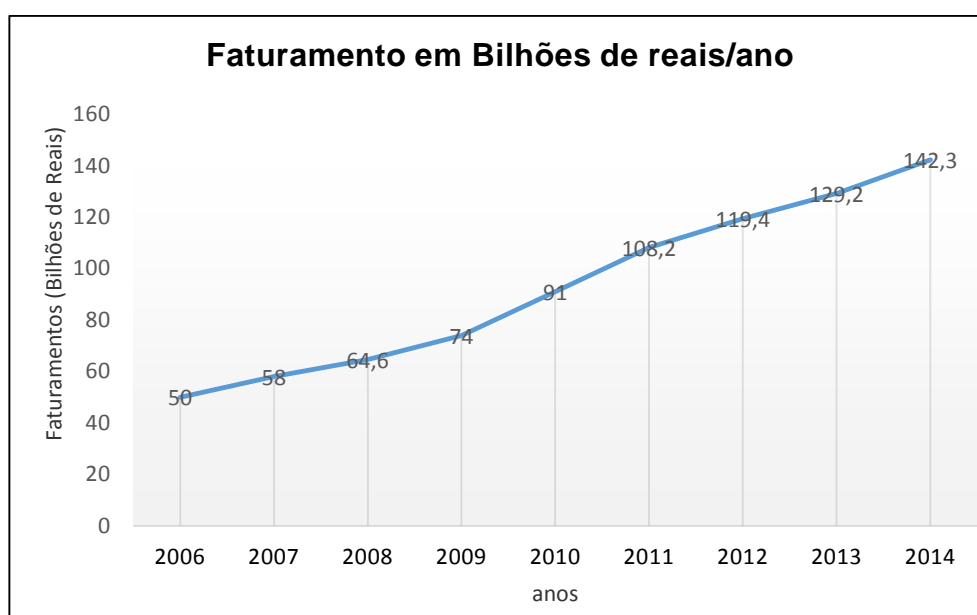


Figura 03: Faturamento em bilhões de reais/ano pelos Shoppings Centers de 2006 à 2014.

Fonte: Elaborado por Nielisson Lins com base na ABRASCE³, 2015.

Esse mercado arrecada bilhões em faturamento pelo acirramento entre empresas na conquista de clientes ofertando produtos baseando-se no momento de ascensão da classe média que é umas das principais responsáveis pelo crescimento da renda nesse setor.

Uma edificação é considerada como um Shopping Center quando uma construção tem o equivalente a sua Área Bruta locável (ABL) uma área superior a 5 mil m², formados por várias unidades comerciais com administração única e fixa, segundo a ABRASCE.

³ Disponível em: <<http://www.portaldoshopping.com.br/site/monitoramento/evolucao-do-setor>> Acesso em 15/04/ 2015, às 06:38.

Conforme o gráfico abaixo é possível fazer uma análise da configuração do uso do solo ao longo dos anos para o levantamento desses empreendimentos ao longo do espaço e tempo.

Figura 04.



Figura 04: Área Bruta Locável (ABL) de construções de Shoppings.

Fonte: Elaborado por Nielisson Lins com base na ABRASCE⁴, 2015.

⁴ Disponível em: <<http://www.portaldoshopping.com.br/site/monitoramento/evolucao-do-setor>> Acesso em 14/04/ 2015, às 22:47.

CAP II - LOCALIZAÇÃO DO BAIRRO DE MANGABEIRA EM JOÃO PESSOA – PB

Em vários âmbitos o espaço é sujeito sempre a mudanças tanto por fatores naturais como alterações pela influência humana; o espaço sempre foi um dos objetos fundamentais de análise da Geografia, principalmente o que representa o Urbano.

Antes de localizarmos o bairro de Mangabeira iremos descrever a cidade em que o bairro se encontra. Mangabeira está inserido na cidade de João Pessoa capital do Estado da Paraíba que situa-se incorporada na região do Nordeste brasileiro, a cidade está ao leste do Estado da Paraíba na porção correspondente ao litoral, possui uma extensão territorial de cerca de 211.475 Km², população corresponde de cerca de 723.515 habitantes e densidade demográfica de 3.421, 28 (hab./km²), (Censo IBGE, 2010).

Sua localização global com base de referência na Ponta do Seixas (considerado como o extremo oriental das Américas) está nas coordenadas geográficas de Latitude 7°9'28" sul e Longitude: 34° 47' 30" oeste.

2.1. Características Físicas da Paraíba e de João Pessoa com enfoque no Litoral Sul – PB

Em vários âmbitos o espaço é sujeito sempre a mudanças tanto dos fatores naturais como alterações pela influência humana; o espaço sempre foi um dos objetos fundamentais da Geografia.

A Paraíba é dividida em sua configuração política e socioeconômica, em quatro Mesorregiões. João Pessoa se localiza na porção dividida do Estado dentro da Mesorregião: Zona da Mata, na porção de toda faixa do litoral (**Figura 05**) e concentra as maiores unidades econômicas nos setores de bens e serviços com a melhor infraestrutura e maiores investimentos, sendo a mesorregião mais urbanizada e de maior população do estado. As Mesorregiões são subdivididas em Microrregiões, o Estado é distribuído em vinte e três Microrregiões (**Figura 06**) e João Pessoa está inserida na chamada “Grande João Pessoa” que é a Microrregião composta por seis municípios: Bayeux, Santa Rita, Cabedelo, Lucena, Conde e João Pessoa. As dimensões territoriais são de 1.262,316 km² dentro da Mesorregião da Zona da Mata e João Pessoa é o grande centro econômico polarizador.

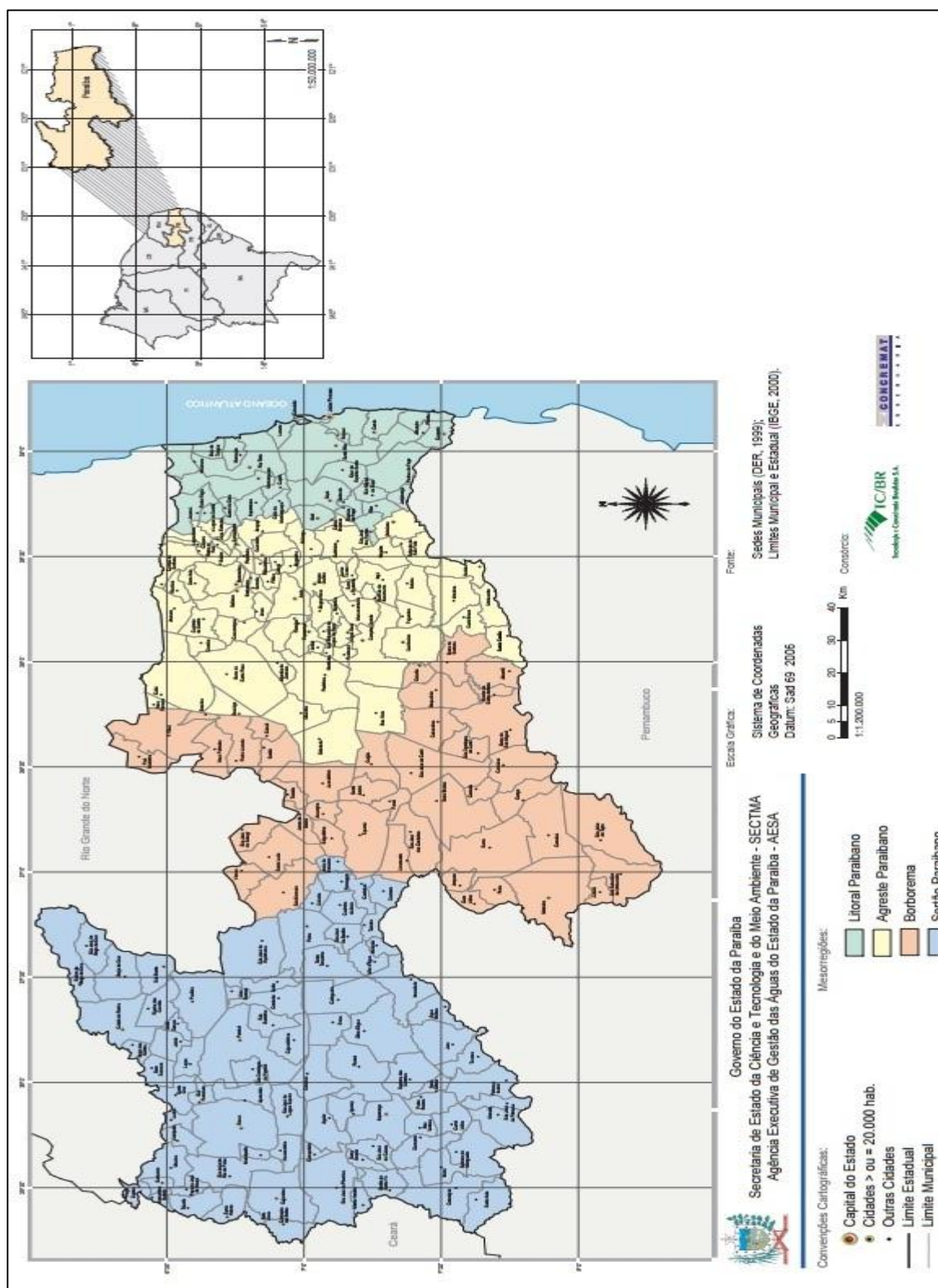


Figura 05. Mesorregiões do Estado da Paraíba.

Fonte: AESA⁵.

⁵ Disponível em: <https://www.aesa.pb.gov.br/geoprocessamento/download.php?file=mapas_perh/Mesorregioes_do_Estado_da_Paraiba.pdf> Acesso em 02/10/ 2015, às 17:44.

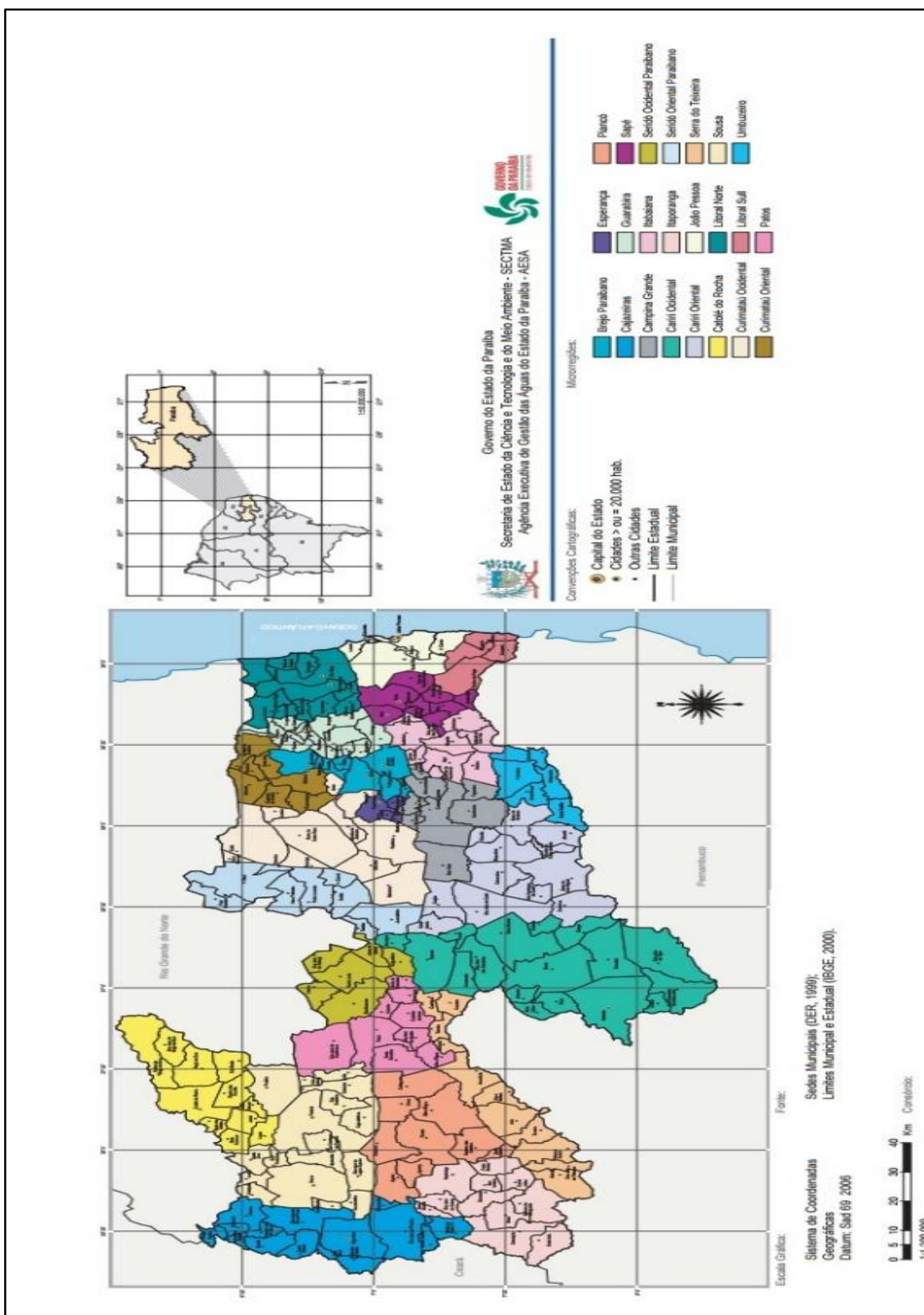


Figura 06. Microrregiões do Estado da Paraíba.

Fonte: AESA⁶.

⁶ Disponível em: <https://www.aesa.pb.gov.br/geoprocessamento/download.php?file=mapas_perh/Microrregioes_do_Estado_da_Paraiba.pdf> Acesso em 02/10/ 2015, às 16:26.

A hidrografia da Cidade está nas porções de duas bacias hidrográficas: o Rio Paraíba e o Rio Gramame que é o principal abastecedor de água para o consumo urbano de João Pessoa. Geomorfologicamente, o Estado da Paraíba possui uma variedade de formação do relevo e João Pessoa, em contribuição no estudo físico, se encontra no que os autores sobre os estudos da geografia física chamam de Baixos Planaltos Costeiros ou Tabuleiros. **(Figura 07)**

São nessas áreas de Tabuleiros que existem uma diversidade de elementos naturais que caracterizam sua identidade na paisagem, como a presença de: estuários, dunas, falésias, planícies que estão presentes não apenas em João Pessoa mais também nos municípios de Gramame, Conde e Pitimbu. A vegetação é de domínio Florestal de Mata Atlântica ou Mata de Tabuleiros (CARVALHO, 1982).

O relevo do litoral principalmente na faixa que compõe o litoral sul está no que se entende que:

“A heterogeneidade oferecida por formas diversas de relevo, como praias, dunas, planícies de restinga e mangues, homogenizam a unidade geomorfológica identificada como Baixada Litorânea”. (CARVALHO, 1982, Pág. 21)

A baixada litorânea onde se insere toda a zona costeira e a porção sul de João Pessoa possui praias arenosas e estreitas com pequenas enseadas pela interrupção do avanço do Baixo Planalto para o mar e pelas desembocaduras e estuário da rede de drenagem.

O clima como descreve (CARVALHO, 1982), no litoral do estado é de característica quente, com temperatura média anual de 24° e 27° com volumes de pluviosidade entre o outono e inverno que chegam a 2.000mm anuais no litoral, pela influência dos alíseos de sudeste contribuindo para elevada taxa de umidade do litoral que alcança os 80%.

Foram essas características paisagísticas que motivaram o estímulo do turismo e da especulação imobiliária, principalmente na margem sul do litoral, e com a construção civil cada vez mais intensa e investimentos em infraestrutura tendo em destaque a construção da rodovia PB – 008 que elevou a ocupação do uso do solo.

2.2. O Bairro de Mangabeira

O Bairro de Mangabeira foi fundado em 23 de Abril 1983 com a denominação (Conjunto Habitacional **Tarcísio de Miranda Burity**) e está em posição nas seguintes coordenadas geográficas: 7° 10' 22'' de Latitude Sul.; e 34° 50' 24'' de Longitude Oeste, detalhando portanto sua localização absoluta, já sua localização relativa é na região que corresponde o Litoral Paraibano dentro de João Pessoa. Foi adotada a atual denominação em virtude da grande quantidade de pés de mangaba (*Hancornia speciosa*), existente na época das primeiras construções.

A Mangabeira é uma espécie de arbusto originário da vegetação peculiar a áreas de restinga e da formação dos tabuleiros costeiros. Essa formação encontra-se na mesorregião do litoral do nordeste e recebe o nome de Formação Barreiras.

Em estudos sobre a vegetação dos Cerrados brasileiros existem pelo menos 2 hipóteses para a localização desses arbustos frutíferos: uma diz respeito à disposição da forma em que a vegetação se apresenta, responsabilizando o solo como resposta; outra diz respeito a localização do lençol freático a ocorrência do mesmo, responsabilizando o limite entre a Mata Atlântica e os Tabuleiros com sua vegetação, como uma mudança de período climático ou a um uso intensivo de desmatamento por povos primitivos e o consequente surgimento de uma vegetação típica de capoeira.

O bairro de Mangabeira localizado na zona sul de João Pessoa (**Figura 08**), tornou-se um dos bairros mais populosos e influentes da capital. Está localizado na Zona Sul da cidade, as margens dos rios Cuiá e Laranjeiras, com o seguinte nome: Parque Residencial Tarcísio de Miranda Burity. É um complexo subdividido em oito conjuntos que abriga diversas classes sociais. Sua posição Geográfica possui limites entre outros bairros da cidade, ao Norte dos bairros Jardim Cidade Universitária e Portal do Sol, ao Sul dos bairros de Valentina e Paratibe, ao Leste com os bairros Costa do Sol; e a Oeste com José Américo e Cidade de Colibris e em referência à sua distância ao Centro está a cerca de 10 km. A extensão territorial do bairro de Mangabeira é de aproximadamente 10, 79 Km² e sua altitude está a 37 metros do nível do mar.

O desenvolvimento e a implantação do bairro se deram quando a CEHAP (Companhia Estadual de Habitação Popular) formou uma equipe de trabalho, coordenada pelo arquiteto Hugo José de Freitas Peregrino, que definiu o local de implantação do Conjunto. A origem do bairro foi possível devido ao déficit habitacional que existiu no cenário urbano nos anos de 1970 a 1980 (final do Estado político da Ditadura Militar).

Acompanhando esse crescimento, o bairro adaptou-se em oferecer diversos atendimentos tanto públicos como privados, Departamento Estadual de Transito DETRAN (**Figura 09**), a Companhia Estadual de Habitação Popular - CEHAP (órgão responsáveis pelo planejamento habitacional do Estado), diversas escolas, clínicas, um pronto-socorro, delegacias, várias linhas de ônibus para atender a demanda juntamente com um considerável comércio variado na sua principal Avenida Josefa Taveira, a feira e o Mercado Público (**Figura 10**) que faz parte da história da fundação do bairro.

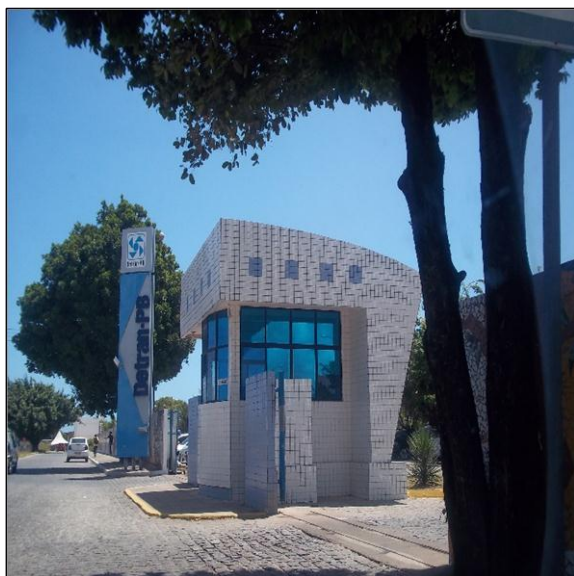


Figura 09. Departamento Estadual de Trânsito (DETRAN).

Fonte: Nielisson Lins, DEZ/2013.



Figura 10. Mercado Público de Mangabeira.

Fonte: Nielisson Lins, DEZ/2013.

Em 2010, no censo realizado pelo IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), divulgou que a população era de 75.988 habitantes, sendo 40.144 de mulheres e 35.844 de homens, o que nos leva a entender que no bairro predomina o gênero feminino.

O comércio tornou-se cada vez mais forte no bairro sendo responsável pelas transformações nos espaços urbanos ao longo do tempo, contribuindo significativamente para o crescimento e expansão da cidade de João Pessoa.

Os desenvolvimentos provindos das atividades comerciais se constituem como um dos principais responsáveis pelo surgimento de novas centralidades nos espaços urbanos. Mangabeira é um bairro que ao abrigar inúmeras instituições públicas e privadas, fortalece a sua dinâmica de valorização e centralidade, Seguem abaixo algumas delas:

- Educação: Escolas públicas, extensão da Universidade Federal da Paraíba; Escola de Serviço Público do Estado da Paraíba - ESPEPE; e escolas particulares.
- Saúde pública: Possui o Centro de Atenção Integral da Família (CAIS); a sede do distrito sanitário III; complexo hospitalar Humberto Nóbrega, que abrange o centro de ortopedia e traumatologia (**Figura 11**); farmácias populares; o Centro de Especialidade Odontológica (CEO); unidades de Saúde da Família (PSF).



⁸ Disponível em: <<https://www.joaopessoa.pb.gov.br/canteiro-de-obras/centro-de-ortopedia-e-traumatologia-municipal-ortotrauma/ortotrauma-mangabeira/>> Acesso em 07/10/ 2015, às 13:02.

- Segurança pública: a Secretaria de Segurança Pública; 9ª Delegacia de Polícia.
- Na área de esporte e lazer: Ginásio Poliesportivo; Estádio de Futebol; Academia Popular; Praça do Coqueiral.
- Distrito Industrial.
- Comércio privado: lojas de informática, locadoras, lojas de móveis, perfumarias, mobiliárias, sorveterias, pizzarias, lanchonetes, restaurantes, postos de gasolina, escolinha de futebol e futsal, concessionárias de veículos, oficinas mecânicas, clínicas médicas, óticas, casas de festas, feira livre, lojas Maia Magazine Luiza, Insinuante, Cacau Show, O Boticário, Emmanuelle, Cattan, Farmácias Pague Menos, entre outras.
- Postos de serviços (agências bancárias): Banco do Brasil (**Figura 12**), Caixa Econômica Federal, Santander, Bradesco, além de contar com casas lotéricas.



Figura 12. Agência Bancária.

Fonte: Nielisson Lins, DEZ/2013.

- Órgãos Públicos: Departamento Estadual de Trânsito –DETRAN, Instituto de Metrologia (IMETRO), Fórum Civil, Ministério Público Estadual, Cartório de Registro Civil, Companhia Estadual de Habitação Popular (CEHAP), Casa da Cidadania (**Figura 13**) e Restaurante Popular (**Figura 14**) com espaço para comportar 500 pessoas, oferecendo aproximadamente 4.000 refeições diárias a custo de R\$1,00 por pessoa.



Figura 13. Casa da Cidadania de Mangabeira.

Fonte: Nielisson Lins, DEZ/ 2013.



Figura 14. Restaurante Popular de Mangabeira.

Fonte: Nielisson Lins, DEZ/ 2013.

Através dessas imagens podemos constatar que o espaço terrestre é uma fonte importante de estudo nas ciências geográficas, e pelo espaço que estudamos e abordamos os elementos que a constituem.

O crescimento do Bairro trouxe simultaneamente uma centralidade maior de opções para a população que cresceu ao longo do tempo e espaço possibilitando diversas mudanças tanto no aspecto físico do uso do solo como na utilidade social do mesmo, não só no bairro mas no que engloba todo o Litoral Sul.

O que sabemos é que o Bairro de Mangabeira representa uma marca importante em exercer um papel de compor serviços e equipamentos públicos graças ao grande avanço da classe C para B como da expansão do modelo capitalista que se desenvolveu ao longo do crescimento econômico da região, como é feita a ocupação dos espaços urbanos determina seu grau de desenvolvimento.

CAP III – OS SHOPPINGS CENTERS: FENÔMENOS DE INFLUÊNCIA NA VIDA URBANA, O CASO DA INSERÇÃO DO MANGABEIRA SHOPPING NO BAIRRO DE MANGABEIRA – PB.

Atualmente os Shoppings Centers possuem um papel importante no cotidiano das cidades já que esses ambientes se inserem em espaços estruturados ou reestruturados para a demanda exacerbada do consumo.

É evidente que os estudos relacionados ao entendimento dos Shopping Centers como um fenômeno presente na vida urbana levam-nos a conhecer um pouco sobre o meio e espaço em que ambos estão inseridos. O crescimento desses imensos centros comerciais acompanha ao longo do tempo o crescimento da economia e seu potencial poder de compra plena do local em que se estabeleceu.

Os Shoppings estão caracterizados na terceira etapa do setor econômico capitalista que é o terciário. A aceleração desse setor expressa uma leitura sobre os fenômenos de geração maior de emprego e renda, e atendem uma demanda carente de necessidades de serviços, bens e geração de empregos, já que parte da população brasileira vive hoje nas cidades.

Os Shopping Centers provocam importantes mudanças no meio em que a sua inserção: seus impactos econômicos relacionados as vendas de mercadorias varejistas, na montagem de um novo local de fluxos ou tráfego de novos sistemas viário, circulação de pessoas e transportes. (BIENENSTEIN, 2001) afirma que:

“O lugar, a estrutura e a dimensão de uma importante parcela do comércio das cidades reconfiguram-se radicalmente a partir da inserção dos S.C(s). Sua natureza – agregadora de atividades, aliado ao seu porte e sua escala de aglutinação de diversos ramos do comércio e de serviços, tem transformado sobremaneira distintas parcelas do tecido e da vida urbana. Nesse sentido, a cidade já não se apresenta mais como cenário do encontro e convivência. Sob os auspícios da lógica do superconsumo, seus espaços públicos – ruas, praças – são agora reinventados, privatizados”

Como “negócio” os Shoppings Centers segundo (MARASCHIN 2008, pág. 2) referente ao retorno financeiro ao seu mentor representa:

“Do ponto de vista do negócio, o Shopping Center Constitui-se num empreendimento imobiliário, em que o empreendedor visa remunerar seu investimento através do aluguel das lojas e de um percentual sobre as vendas dos lojistas”

Além disso o empresário dono do Shopping arrecada bem uma margem de lucro sobre o estacionamento dos veículos todos os dias.

Entende-se portanto que não se identifica uma margem de prejuízo financeiro ao empreendedor desses grandes pólos comerciais sobre suas propriedades já que os mesmos retêm os lucros sobre que estão locados em seus edifícios.

Para que um Shopping Center seja implantando é preciso que estejam em comum acordo com as legislações federais, estaduais e municipais sobre as normas de construção, zoneamento, uso do solo, e obtenção de licenças de sua utilização cabíveis aos órgãos governamentais específicos citados.

O não cumprimento dos procedimentos legais ou renovação obrigatória de licenças acarreta o cumprimento de punições jurídicas administrativas por sanções de multas, embargo de obras em andamento, cancelamento de atividades comerciais e de contratos.

A ideia de Shopping Centers estarem localizados apenas nos centros das cidades começou a perder força através de um modelo de reestruturação urbana que abrange em definir que com o aparecimento de novos mercados e empreendimentos ocorreram importantes alterações nas relações sócio espaciais entre periferia e centro (SPOSITO, 2007).

A inserção do “Mangabeira Shopping” no Bairro de Mangabeira provocou mudanças no meio do tecido urbano da zona sul de João pessoa, inserindo-se como uma nova afirmação do crescimento comercial das cidades fora do centro urbano para novas regiões da cidade como assume SPOSITO:

“Todas essas pesquisas apontam para a redefinição das relações entre o centro e a periferia nas cidades de porte médio. Até os anos de 1970 e 1980, a circulação intra-urbana nessas cidades articulava-se em torno de um centro principal, compondo estruturas monocêntricas fortemente integradas a uma única área importante de concentração de estabelecimentos comerciais e de serviços. Nos últimos vinte anos, observou-se

multiplicação de áreas de concentração dessas atividades (eixos comerciais, centros comerciais em bairros de bom poder aquisitivo e shopping centers), bem como verificou-se o fenômeno de diversificação delas, acompanhado de segmentação dos mercados consumidores, segundo diferentes padrões de consumo e maior ou menor facilidade para se locomover por automóvel". (SPOSITO, 2007, Pág.7).

3.1. O Mangabeira Shopping

Com uma Arquitetura Contemporânea o Mangabeira Shopping é o centro comercial mais moderno do Estado da Paraíba, na sua estrutura esse grande complexo do varejo abrange cerca de 112 mil m² de área construída abrigando 53 mil m² para lojas sendo 212 no total e 17 âncoras, com uma área vasta para estacionamento com mais de 3 mil vagas.

O Mangabeira Shopping possui os setores de serviços e comércios bem desenvolvidos, tornando-se assim um progressivo centro de atração, se comparado com as áreas vizinhas. Assim, estes locais acabam se consolidando e agindo de forma a suprir as necessidades da população, diminuindo o seu processo de deslocamento. **Figura 15. Figura 16.**



Figura 15: Fachada do Mangabeira Shopping.

Fonte: Nielisson Lins, Agosto/ 2015.



Figura 16: Mangabeira Shopping.

Fonte: [http://mangabeirashopping.com.br/app/o-shopping#prettyPhoto\[gallery1\]/3/](http://mangabeirashopping.com.br/app/o-shopping#prettyPhoto[gallery1]/3/), acessado em 26/10/2015, as 11:52.

Além das lojas, o Mangabeira Shopping possui um espaço para entretenimento e lazer com uma área de jogos para o público infantil, lojas de conveniência, boliche com sete pistas, praça de alimentação, lotérica, Cinema com espaço para seis salas ainda em obras. **Figura 17. Figura 18. Figura 19. Figura 20.**



Figura 17: Lojas e Butiques.

Fonte: Nielisson Lins, Agosto/2015.

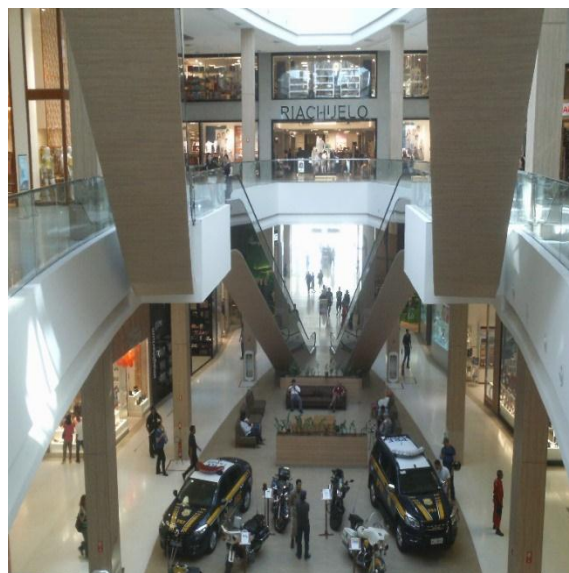


Figura 18: Saída principal do Shopping.

Fonte: Nielisson Lins, Agosto/2015.

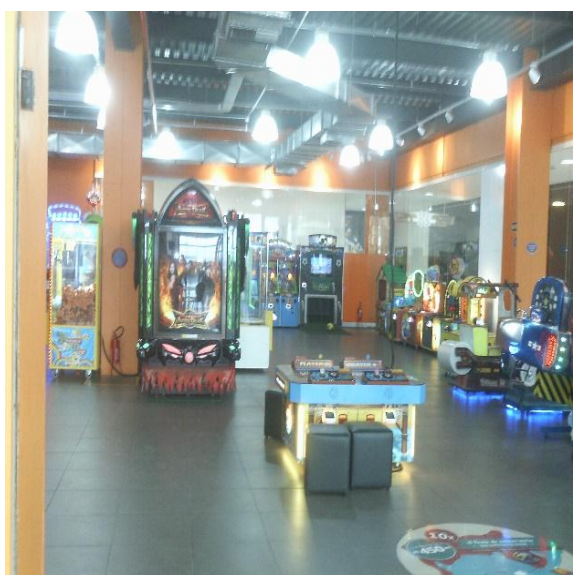


Figura 19: Área de Lazer e entretenimento.

Fonte: Nielisson Lins, Agosto/2015.



Figura 20: Praça de Alimentação.

Fonte: Nielisson Lins, Agosto/2015.

Sua localização fica na A.V Hilton Souto Maior na divisa entre o loteamento Cidade Universitária e o Bairro de Mangabeira, (ênfatizando que em alguns programas de imagens por satélite como: a Google Earth seu terreno está localizado no Bairro de Mangabeira: Conjunto habitacional Tarcísio de Miranda Burity).

O bairro já possuía um comércio razoavelmente forte no setor de Varejo com marcas consolidadas no Mercado em sua principal via (AV. Josefa Taveira). Mangabeira, por ter crescido urbanisticamente em ser considerada até mesmo como bairro-cidade, a inserção de um Shopping Center foi uma forte manobra de *marketing* voltando os olhares para o lugar.

3.2. Discussões acerca da Construção do Mangabeira Shopping

A construção do Mangabeira Shopping foi marcada por um período conturbado de negociações acerca de onde seria o espaço físico para a sua construção.

O Mangabeira Shopping é um empreendimento privado pertencente ao mesmo dono de outro Shopping Center em João Pessoa, o empresário Roberto Santiago. Seu projeto de construção no Bairro de Mangabeira localizado na zona Sul da cidade sofreu algumas intervenções de caráter parlamentar.

Impasses acerca do terreno, que seria construído o Shopping, ocorreram durante processo de autorização de permuta devido ao fato do Tribunal de Contas do Estado (TCE) ter decidido que a validade de uma permuta no terreno da ACADEPOL (Academia de Ensino de Polícia) por um outro terreno localizado no Conjunto Ernesto Geisel, que seria o local da construção de uma nova Academia de Ensino de Polícia, só teria validade através de um processo de licitação.

Para poder ter a liberação da obra, o empresário Roberto Santiago assinou uma TAC (termo de Compromisso e Ajustamento de conduta), havendo o compromisso de Santiago de desembolsar R\$ 11,8 milhões para a construção de novas sedes da polícia, a Academia de Polícia do Estado (Acadepol), uma nova central de polícia e o Instituto de Polícia Científica (IPC), ambas no terreno permutado no Geisel.

Já o então Deputado Estadual, Jandhuy Carneiro (PPS), propôs uma emenda que determinava a 'construção do shopping' no projeto de permuta do terreno da ACADEPOL, porém a liberação para construção do Shopping foi derrubada naquela ocasião, o que ocasionou uma polêmica na época havendo inclusive exposições em outdoors dos parlamentares que foram contra a permuta para construção do Mangabeira Shopping. **Figura 21. Figura 22.** Mas após uma nova assembleia os deputados aprovaram no dia 24 de Agosto de 2011 a liberação da permuta para a construção do Mangabeira Shopping por 20 votos a 15.



Figura 21. Outdoor 1.

Fonte: Expresso PB⁹.



Figura 22. Outdoor 2.

Fonte: PB Agora¹⁰.

As imagens expostas de alguns deputados que votaram contra a instalação do Mangabeira Shopping foram de responsabilidade do Fórum de Desenvolvimento comunitário da zona sul que é uma associação composta por cerca de 40 entidades e organizações comunitárias da região usando recursos de classes e das associações pra a confecções das publicidades.

⁹ Disponível em: < <http://expressopb.com/2011/09/shopping-mangabeira-juiz-manda-retirar-outdoor-de-deputada-outro-deputado-teve-ganho-na-justica/>> Acesso em 26/10/ 2015, às 12:29.

¹⁰ Disponível em: < <http://www.pbagora.com.br/conteudo.php?id=20110829141817>> Acesso em 26/10/ 2015, às 12:35.

3.3. O Mangabeira Shopping: Fator para o Desenvolvimento Sócio Espacial

Dentro da ótica do tema proposto, falar do desenvolvimento Sócio espacial é apontar embutidamente o conceito levantado por (SOUZA 2013) sobre o desenvolvimento Sócio espacial: “[...] *exploração das possibilidades de pensar vínculos entre espaço geográfico e relações sociais*[...]” (pág. 262).

A análise sócioespacial completa o conceito de “ambiente construído” (SOUZA, 2013), com a reflexão de novos ambientes construídos pela materialidade socialmente produzida com a transformação do uso de matérias-primas para a produção de novas vias, prédios, habitações, grandes centros comerciais e etc.

O Mangabeira Shopping de fato é um marco importante para o desenvolvimento Sócioespacial para o local: bairro de Mangabeira, representando na realidade o contexto também econômico para o cotidiano das pessoas com as iniciativas de prestação de serviços, empregabilidade no Bairro de Mangabeira.

O Mangabeira shopping redefini um novo contexto também de funcionalização de um território já existente sem nenhuma atividade social ou econômica para uma nova funcionalidade com o término de suas obras.

São nesses espaços de forma organizado constituído pela divisão espacial do trabalho (SOUZA, 2013), com a distribuição do espaço em equipamentos para os cidadãos que representa um olhar crítico para essas novas superfícies de concreto e ferro, (Praças de alimentação, lojas, Butiques, estacionamentos e etc.)

O termo “desenvolvimento” é uma forma de interpretar o que entendemos como alcance de melhor qualidade de vida e maior justiça social (SOUZA, 2013). Na relação do Shopping e sociedade o que notamos é que o investimento local nesse centro comercial abrange em promover, através da relação capitalista pré-estabelecida, uma dispersão acerca do ponto de vista da riqueza através das práticas comerciais nesse centro que possibilitem para a sociedade envolvida, tanto na relação de consumidora, produtora ou empregada, a contemplação de todos pela satisfação individual e coletiva digna de terem a oportunidade de buscarem melhor qualidade de vida imposta pela visão do capital com a satisfação de suas necessidades fúteis ou básicas.

Os impactos gerados com a construção de um Shopping Center no bairro de mangabeira mudaram cenário e a estrutura de visão da vida urbana. A cidade não se apresenta mais como um lugar de encontros e relações com a agregação desses grandes centros comerciais, mas com sua inserção percebendo sua dimensão grandiosa que destaca-se vem causando uma mudança cotidiana das pessoas e ao mesmo tempo espacial no tecido urbano. A cidade contemporânea e apoderada do superconsumo e serviços (BIENENSTEIN, 2009).

3.4. Shoppings na cidade, fenômeno de valorização e figuração de novos espaços e do comércio em seu entorno: O caso do Manaíra Shopping e perspectivas para o Mangabeira Shopping

A influência de um Shopping Center muda a dinâmica de uma cidade e do bairro, proporciona a valorização de terrenos e imóveis, pressionando o poder público em investir na infraestrutura nos locais circunvizinhos: viadutos, passarelas, sinalização, praças e aumento consequente de transportes coletivos.

Os Shoppings em João Pessoa definiram novas áreas urbanizadas dentro da cidade a exemplo de caso ocorrido no bairro de Manaíra. Na década 1980 os bairros correspondentes ao litoral norte: Cabo Branco, Tambaú, Bessa e Manaíra, concentraram investimentos públicos e privados com serviços na infraestrutura e instalação de equipamentos comerciais graças a abertura de corredores viários (SOUSA, 2006).

O bairro de Manaíra pela sua localização próximo a orla marítima do litoral norte de João Pessoa atende a ser um bairro nobre impulsionado pela indústria do turismo e hotelaria pelo seu potencial nos setores e com uma população basilar de classe média e alta na capital.

Na relação entre o bairro e o seu desenvolvimento sócio econômico e espacial o comércio foi fundamental. No começo surgiram pequenos comércios (pontos comerciais de micro, pequenas e médias empresas) pequenos centros comerciais que ofereciam bens e serviços nas mediações de ruas e avenidas do bairro.

Mas foi com a construção de um grande Shopping Center que o bairro de Manaíra entrou de vez no cenário de uma nova centralidade urbana na cidade João Pessoa, deixando de ser um bairro direcionado ao turismo, a indústria hoteleira e residencial para torna-se um centro comercial dentro da cidade.

Em 1989 surgiu o Shopping Manaíra que foi o primeiro Shopping de grande porte de João Pessoa, localizado no bairro em que denomina seu nome, Manaíra, nas margens da A.V Flávio Ribeiro Coutinho que liga o litoral norte ao centro, próximo a BR – 230,

O Shopping Manaíra obrigou o poder público a investir na extensão e urbanização do chamado “Retão de Manaíra” (A.V. Flávio Ribeiro Coutinho) havendo mudanças espaciais dentro do bairro, nos padrões de imóveis que verticalizaram-se em condomínios comerciais e residências, acelerando a indústria da construção civil, e em parceria com o poder público e privado a área em que se construiu o “Manaíra Shopping” foi totalmente urbanizada em suas mediações, com obras de melhorias na fluidez do trânsito para transportes privados e coletivos.

A documentação jornalística da imprensa de João Pessoa abaixo reporta as intervenções notórias no trânsito ocorrido, por exemplo, a Superintendência de Transportes e Trânsito (STTrans) que hoje é a atual SEMOB (Superintendência de Mobilidade Urbana) realizou como vemos, obras de alargamento da via do “Retão de Manaíra” e nas faixas que fazem cruzamento (SOUSA, 2006, Pág. 95, 96), além da valorização do metro quadrado e de terrenos. **Figura 23.**



Figura 23. Recorte do Jornal da Paraíba.

Fonte: Jornal da Paraíba, edição 4 de julho de 2006.

O bairro de Mangabeira está passando pelo semelhante processo de valorização espacial e imobiliário como ocorreu no Manaíra com a instalação do Shopping Center, mas com investimentos bem imediatos em infraestrutura já que o bairro é caminho de rota para outros bairros da zona sul concentrando uma boa fatia da população pessoense.

A construção do viaduto “Trevo das Mangabeiras” (**Figura 24**) foi uma obra arquitetônica urbanística voltada para a mobilidade urbana que beneficiou cerca de 200 mil habitantes diariamente que possuem seus próprios transportes ou que dependem de coletivos para o deslocamento para outras regiões periféricas de João Pessoa.



Figura 24. Trevo das Mangabeiras

Fonte: Francisco Franca, 2015¹¹

Os investimentos segundo dados no site do governo do Estado da Paraíba é que o “Trevos das Mangabeiras” foi de cerca de R\$ 21, 6 milhões, abrangendo os benefícios ao bairro de Mangabeira, e outros bairros da zona sul: Bancários, Valentina, José Américo, Paratibe e Muçu Magro.

¹¹ Disponível em: < static.paraiba.pb.gov.br/2015/08/trevo-de-mangabeira-foto-francisco-franca-8.jpg > Acesso em 22/10/ 2015, às 11:20.

Portanto o bairro de Mangabeira começa a viver o processo inicial que o bairro de Manaíra no final da década de 1980 evidenciou:

“O bairro Manaíra, juntamente com a estrutura do setor terciário da economia ali desenvolvido, constitui-se em um centro de negócio periférico portanto, um centro secundário da cidade”
(SANTOS, 2002, Pág.89)

3.5. Resultados e questões norteadoras

Em pesquisa realizada através da aplicação de questionários entre os dias 3 de Setembro a 4 de Outubro de 2015 com 33 pessoas nas imediações do Mangabeira Shopping, dentre os entrevistados 45,5% foram do sexo feminino e 54,5% do sexo Masculino. O público que participou da pesquisa eram lojistas próximos ao Mangabeira Shopping como também pessoas que circulavam no comercio local (Mercado de Mangabeira). Com base nos dados abordaremos um perfil sobre a realidade da área estudada.

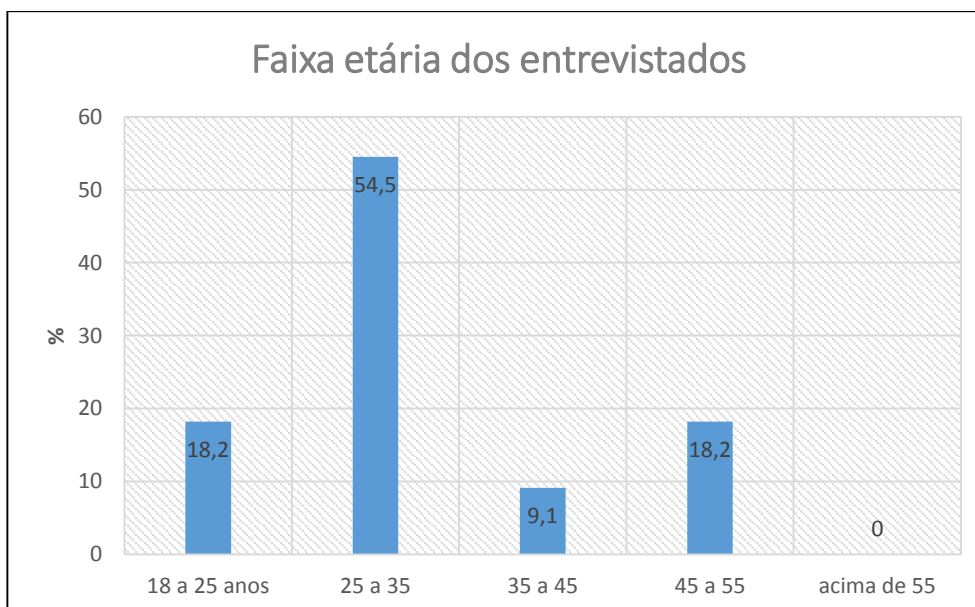


Figura 25: Faixa etária dos entrevistados.

Fonte: Elaborado por Nielisson Lins com base no questionário aplicado entre 03/09/15 a 04/10/15.

Foi constatado na pesquisa quantitativa um público frequentador do novo Shopping que confessam que não são moradores do Bairro de Mangabeira, demonstrando um verdadeiro processo migratório importante da população para o Mangabeira Shopping. **Figura 26.** Também constatou-se que 100% dos entrevistados foram a favor da Construção do Mangabeira Shopping. Dentre os entrevistados 72,7 % relataram que após a inauguração do Mangabeira Shopping não continuam frequentando os demais shoppings.

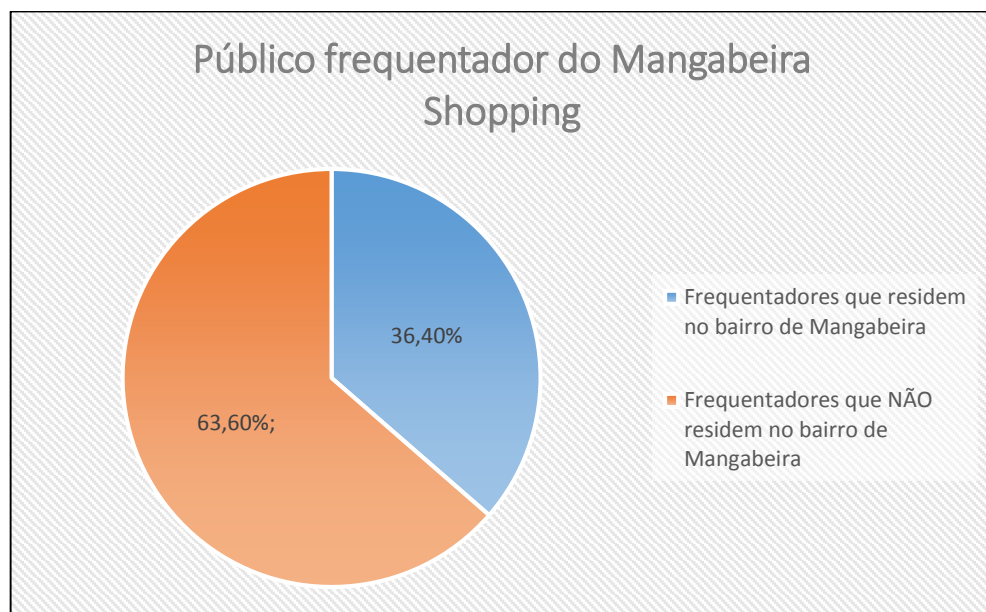


Figura 26: Público frequentador do Mangabeira Shopping

Fonte: Elaborado por Nielisson Lins com base no questionário aplicado entre 03/09/15 a 04/10/15.

Quando perguntados sobre a importância que teve a construção de um Shopping no bairro, 3 opiniões foram constatadas com mais ênfase. Na entrevista a maioria do público definiu que a geração de oportunidade de emprego e renda foi o maior benefício para o local com a construção de um Shopping Center, segundo um dos entrevistados que não é morador do bairro afirma que: “[...] *eu conheço algumas pessoas que antes estavam desempregadas e agora estão trabalhando direto ou indireto*”. Abaixo segue os dados **Figura 27**.

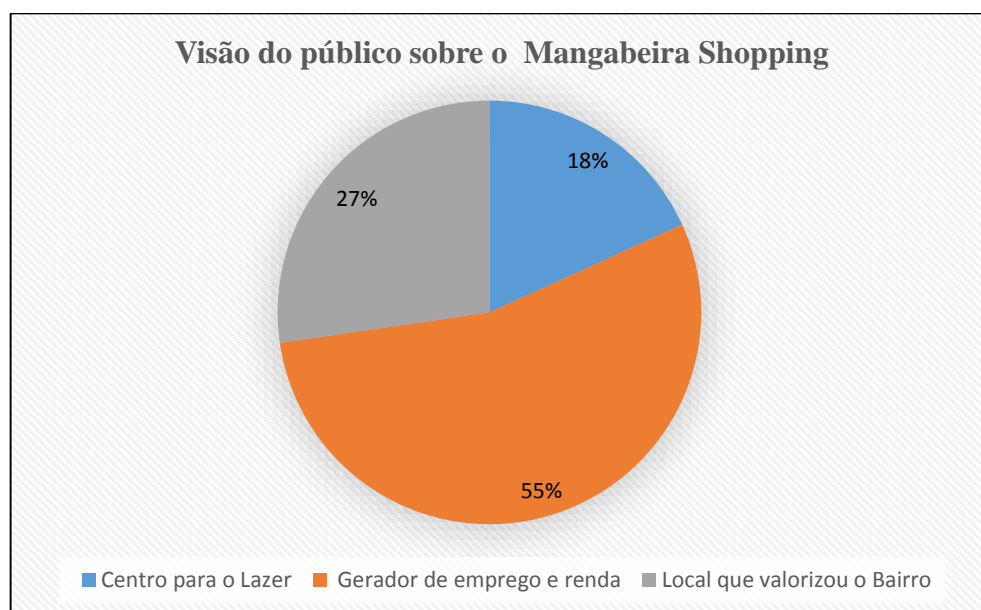


Figura 27: Visão do público sobre o Mangabeira Shopping.

Fonte: Elaborado por Nielisson Lins com base no questionário aplicado entre 03/09/15 a 04/10/15.

Outro entrevistado afirmou que: “[...] *minha conhecida teve a oportunidade de trabalhar em uma das lojas do Shopping Mangabeira e assim uma oportunidade foi dada*”. Trazendo uma oportunidade de ascensão econômica e social naquele espaço para os indivíduos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir do que foi analisado, o desenvolvimento sócio espacial com a implantação do Mangabeira trouxe de fato na estrutura do espaço geográfico e na situação social mudanças importantes na estrutura urbana com a mobilidade do terciário já existente, possibilitando uma nova oportunidade de crescimento para os cidadãos e visibilidade ao comércio da zona sul, colocando a localidade no novo cenário socioeconômico da cidade de João Pessoa.

Constatou-se por meio da pesquisa que infelizmente o poder público ainda é incapacitado para atuar medidas que tragam impactos econômicos, que afetem a vida urbana e o cotidiano, sem que haja a participação veemente da iniciativa privada para preencher reivindicações da população: emprego, ofertar de serviços e bens, que se tornou pontos referenciais dado com a construção do Shopping segundo as entrevistas aplicadas.

Permitiu diagnosticar a realidade sobre como o Bairro de Mangabeira cresceu ao longo dos na infraestrutura, população, inserção de importantes equipamentos públicos e privados. Revelou além um potencial de ser considerado um novo sub-centro da cidade por adquirir as características que um centro possui.

Abriu-se uma nova possibilidade para a ocupação social, em ser mais uma atração para a cidade descentralizado outras áreas até mesmo distantes para os indivíduos da zona sul, contribui como um desafogo no deslocamento até mesmo diário já que segundo alguns entrevistados afirmaram que como o Mangabeira Shopping não á mais a necessidade de migrar para outros Shoppings da Cidade.

A contribuição do estudo foi em afirmar que cidade está em constante desenvolvimento urbano, com novos espaços criados ou destruídos para dá lugar a outros, que os processos urbanos são extremamente dinâmicos e que a implantação de um Shopping Center apenas em áreas centrais não dão conta mais da nossa realidade e das necessidades da população urbana, obrigando os investimentos de grandes empreendimentos comerciais por exemplo a terem que migrar também para áreas secundarias como os Bairros que concentram um público consumidor elevado com potencial real de compras.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANDRADE, Caroline Pengitori Soares de. **Shopping Center e seus Impactos na Circulação Urbana: O Caso do Center Shopping, Uberlândia MG**, 2006. Tese de Pós - graduação em Geografia, Universidade Federal de Uberlândia / UFU.

BIENENSTEIN, Glauco. **O Shopping Center: o fenômeno e sua essência capitalista**, Geographia, Niterói, Ano III, n.6 Jul/dez, 2001.

BIZERRA, Maria Salete da Silva. **Desenvolvimento de Subcentros em Bairros Residências: Políticas Públicas ou Ações Articuladas dos Moradores?** Revista Multidisciplinar da UNIESP.

BEZERRA, J.; **Reestruturação e centralidade: breves notas sobre a cidade de João Pessoa**. URBANA, ano 2, n° 2, 2007.

BARROS, José D'Assunção. **Cidade Medieval e Feudalismo – Um Balanço da Questão**. UEPG: Ciências Sociais Aplicadas, (2009).

CARVALHO, Maria Gelza R. F. de. **Estado da Paraíba, classificação geomorfológica**. João Pessoa: Editora Universitária/ UFPB, 1982.

DEMO, Pedro. **Pesquisa-o que é?** São Paulo: Cortez: Autores Associados, 1991.

EEROLA, Toni T. **Shopping Centers: a construção de territórios de consumo na pós-modernidade**. Departamento de Geociências Universidade do Estado de Santa Catarina. Rua Saldanha Marinho, 196, Centro, 88010-450 Florianópolis, SC.

HASTREITER, S.T.; MARCHETTI, R.; PRADO, P. **Tipologia de consumidores baseada nas razões e motivações de frequência em shoppings centers**. In: Anais do 23º ENANPAD, Foz do Iguaçu, 1999

LAVIERI & LAVIERI. **A questão Urbana na Paraíba**. Editora Universitária / UFPB, 1999.

MARASCHIN, Clarice, **Shopping centers e estrutura espacial urbana**, VIII Seminário Internacional da Lares, LARES, (2008).

MARASCHIN, Clarice. **Alterações Provocadas pelo Shopping Center em Aspectos da Estrutura Urbana**. Iguatemi, Porto Alegre, RS. UFRGS/ PROPUR, Dissertação de Mestrado, 1993.

MARASCHIN, Clarice. **Shopping Centers e seu entorno imediato: Impactos nos estabelecimentos Varejistas**, 2010. I encontro Nacional da Associação Nacional de pesquisa e pós - graduação em arquitetura e urbanismo, Rio de Janeiro.

MAZOYER, Marcel; ROUDART, Laurence. **História das agriculturas no mundo: do neolítico à crise contemporânea**; [tradução de Cláudia F. Falluh Balduino Ferreira]. São Paulo: Editora UNESP; Brasília, DF: NEAD, 2010.

SALES, Andréa Leandra Porto. **O centro principal de João Pessoa: espacialidade, historicidade e centralidades**. João Pessoa: 2009. Dissertação (Mestrado) Programa de Pós-Graduação em Geografia/ UFPB

SANTOS, Edilza. **Os pequenos Centros Comerciais e a (re) organização do espaço urbano. O caso do Bairro de Manaíra, em João Pessoa – PB**. 2002. Mestrado (pós-graduação) Centro de filosofia e ciências humanas / UFPE.

SANTOS, Kaio César Pereira de Medeiros. **Avenida Josefa Taveira: estudo do uso e ocupação do solo na perspectiva comercial**. João Pessoa: 2013. Monografia (Graduação Bacharel em Geografia) Departamento de Geociências, Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

SILVA, Alessandra Guedes de. **Crescimento populacional do Bairro de Mangabeira (Período – 1983 a 2005)**. 2006. Monografia (graduação) Departamento de Geociências, Universidade Federal da Paraíba / UFPB

SILVA, Antônio Willamys Fernandes. **Transformações Urbanísticas em um Bairro Planejado: o Caso do Projeto Habitacional Mangabeira em João pessoa – PB**. 2005. Mestrado (Pós-graduação) Centro de Tecnologia Programa de Pós-graduação em Engenharia Urbana. /UFPB.

SILVA, Lúgia Maria Tavares. **Características da Urbanização na Paraíba**. 2004. Revista Cadernos do Logepa /UFPB.

SOUSA, Paulo Rener de Freitas. **A Via Crucis das Comunidades São José Chatuba no Vale do Jaguaribe em João Pessoa – PB.** 2006. Mestrado (pós-graduação) em Geografia /UFPB.

SOUZA, Marcelo Lopes de. **Os conceitos fundamentais da pesquisa sócio-espacial.** Rio de Janeiro: Bertrand.2013: p. 9-300.

SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão. **Reestrutura Urbana e Segregação Socioespacial no Interior Paulista.** 2007. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona.

.

Apêndice

APÊNDICE 1: Formulário de Coleta de Dados



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAIBA
CENTRO DE CIENCIAS EXATAS E DA NATUREZA
DETARMATAMENT DE GEOCIÊNCIAS
CURSO DE GEOGRAFIA

O DESENVOLVIMENTO SÓCIO-ESPACIAL DO BAIRRO DE MANGABEIRA COM A IMPLANTAÇÃO DE UM SHOPPING CENTER: O MANGABEIRA SHOPPING

PROFESSORA ORIENTADORA: MSc. Ana Glória Cornélio Madruga

ALUNO – PESQUISADOR: Nielisson de Andrade L. de Vasconcelos

QUESTIONÁRIO

IDENTIFICAÇÃO:

LOCAL: Mangabeira Shopping – João Pessoa/ PB

DATA DA VISITA DE CAMPO: _____

Obs: O questionário abaixo foi elaborado para a coleta de dados sendo as seguintes respostas divididas em três etapas com a marcação do SIM, NÃO e N.D.R (Nenhuma das respostas refere-se ao não considerar opinião), e possibilita o questionamento sobre o tema: Mangabeira Shopping no Bairro entre o público, dos que frequenta, consome e trabalham no mesmo, requerendo em algumas das perguntas opiniões em aberto não sendo obrigatório seu preenchimento.

PERGUNTA 1: Seu Sexo?

Masculino ()

Feminino ()

PERGUNTA 2: Qual é a sua idade?

Entre 18 a 24 anos ()

Entre 45 a 55 ()

Entre 25 a 34 anos ()

Acima dos 55 anos ()

Entre 35 a 44 anos ()

PERGUNTA 3: Você é morador do Bairro de Mangabeira?

Sim ()

Não ()

N.D.R ()

PERGUNTA 4: Você foi a favor da construção do Shopping Mangabeira?

Sim ()

Não ()

N.D.R ()

PERGUNTA 5: Para você o Shopping Mangabeira atende as suas necessidades de consumo e na prestação de serviços como: Bancos, Lojas, Restaurantes e etc.

Sim ()

Não ()

N.D.R ()

Por que?

PERGUNTA 6: O Mangabeira shopping atende às suas expectativas como consumidor em apresentar variedades de produtos e mercadorias?

Sim ()

Não ()

N.D.R ()

PERGUNTA 7: Você frequenta regularmente o Shopping Mangabeira?

Sim ()

Não ()

N.D.R ()

PERGUNTA 8: Depois de inaugurado o Shopping Mangabeira você continua frequentando os demais Shoppings da capital?

Sim ()

Não ()

N.D.R ()

PERGUNTA 9: O Mangabeira Shopping em sua opinião é um gerador de oportunidades de emprego e renda para seus colaboradores?

Sim ()

Não ()

N.D.R ()

Por que?

PERGUNTA 10: Na sua opinião o Shopping Mangabeira trouxe alguma Transformação para o Bairro?

Sim ()

Não ()

N.D.R ()

Especifique!
